

ANÁLISE DESCRITIVA DE DADOS SOBRE RETÍFICA DE CABEÇOTES DE MOTORES

GRUPO
5

Guilherme A. Prado RA: 200152
Guilherme H. Ribeiro RA: 180469
João V. S. Araújo RA: 200847
André Miranda RA: 190498



UP814TPN1

Prof. Evelyn Ramos e Valeska Aguiar

INTRODUÇÃO

Com o intuito de auxiliar o processo de tomada de decisão da empresa AL Cabeçotes do empreendedor Alessandro Chaves, situada em nossa região na cidade de Ibiúna, foi realizado um estudo em Power BI resultando em uma análise descritiva baseado nas informações voltadas a Faturamento, Custos e Marketing em serviços automotivos de retífica de cabeçotes de motores.

JUSTIFICATIVA

Tomadas de decisões estratégicas podem ser difíceis para qualquer negócio, porém com informações **data-driven** é possível criar uma análise mais detalhada e obter melhores resultados. Uma das principais dores do cliente não era técnica e sim administrativa, voltada para a área de posicionamento de mercado e estratégias de expansão de sua empresa. Baseado nisso, foi criado um estudo do negócio em Power BI para consolidação de dados e análise das mesmas, gerando um relatório na qual o empreendedor pode utilizar para tomadas de decisão mais detalhadas.

OBJETIVOS

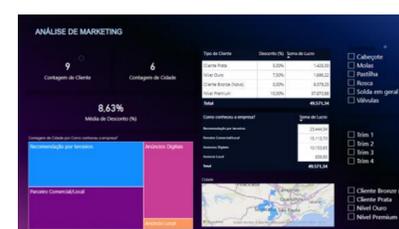
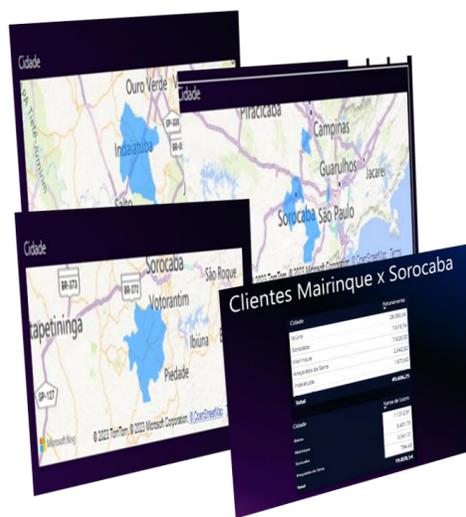
- Melhorar a análise de dados atual tornando-a mais fácil e versátil;
- Tomar decisões com informações mais detalhadas;
- Verificar quais tipos de dados são relevantes ou não para o negócio.;
- Analisar o mercado de uma forma macro;
- Consolidação de informações;
- Analisar dados do passado para entender possíveis erros.

ORÇAMENTO

Não nos foi computado nenhum valor para que pudéssemos utilizar como base de cálculo.

RESULTADOS E VALIDAÇÃO

Durante o estudo, foi inicialmente consolidado e depois analisado informações de mercado da empresa AL Cabeçotes através da ferramenta Power BI. Foram criados dashboards que geraram insights principalmente por localidade, Faturamento por Serviço e por Cliente.



Imagens à Esquerda : Exemplos de Análises por Localização
Imagem à Direita : Exemplos de Análises Financeiras

CONCLUSÃO

Apesar da dificuldade inicial de contato com a micro-empresa, foi possível realizar o monitoramento de algumas métricas como vendas por região, cliente ou serviço. Como Insights principais, temos a conclusão que um investimento em anúncio digital será mais benéfico que anúncios locais usados atualmente após a análise de dados de propaganda. Outra grande conclusão seria um investimento nas localidades de Mairinque e/ou Sorocaba, nas quais o estudo mostrou ser um local com potencial de crescimento devido ao histórico de faturamento.

PERSPECTIVAS

Acredita-se que se as propostas da conclusão fossem levadas em consideração, poderia-se aumentar o faturamento da empresa, ou no mínimo na pior hipótese reduzir o custo de anúncios locais, que aumentaria o lucro através de um Cost-Out.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer primeiramente as nossas professoras Evelyn e Valeska pela orientação e auxílio. Também ao empenho do empreendedor Alessandro e seu filho José Eduardo com toda a ajuda.